



**María Marta Elchaimi**

*Instituto de Investigaciones Teóricas y Aplicadas, Escuela de Contabilidad*

## **LA INVESTIGACION EMPIRICA EN LA CONTABILIDAD Y SU ESTRECHA VINCULACION CON LA ESTADISTICA.**

### **1. Los métodos de investigación contable bajo el paradigma de información útil al usuario.**

La investigación en el área contable muestra, en el presente siglo, dos etapas bien diferenciadas, que en cierto momento tendieron a suplantarse y que actualmente se complementan.

La primera se refiere a la **investigación "a priori"** y está vinculada al desarrollo de **teorías normativas**. La segunda, se inicia en los **años sesenta** y se conoce como **investigación empírica**. En ambas, Estados Unidos, a través de sus Asociaciones Profesionales, ha tenido un rol decisivo.

La American Association of University Instructors in Accounting creada en el año 1919, experimenta en el año 1935 una amplia reestructuración que la lleva a adoptar la denominación actual de American Accounting Association, incluyendo en sus estatutos el propósito de "alentar y patrocinar la investigación en contabilidad y publicar o ayudar en la publicación de sus logros".

Posteriormente, en un segundo intento de relanzar la investigación contable, se crea la División de Investigación del Accounting Principles Board, cuyo objetivo es impulsar la investigación "a priori", a partir de un razonamiento deductivo, para el logro de emisión de normas. Se inicia así la etapa de desarrollo de la regulación contable estadounidense.

En el lapso comprendido entre los últimos años de la década del '20 y los primeros de la década del '30, se perciben los primeros indicios de un cambio de enfoque económico en la contabilidad, como consecuencia de la reorganización, fundamentalmente legal, establecida en los mercados de valores estadounidenses, después de la Gran Depresión.

Estos primeros albores de cambio económico, consistieron en incorporar la presentación de información financiera a los accionistas e inversores, a la costumbre ya existente de proporcionar información a la gerencia y a los acreedores.

Durante los primeros años de la década del sesenta, los **planteamientos explicativos**, propios de la primera mitad del siglo XX e incluso los fundamentados en **hipótesis normativas**, típicos de los años cincuenta, tienden a ir actuando paulatinamente y en forma conjunta, hasta incluso llegar a reemplazarse por **hipótesis descriptivas**, de **contrastación empírica**.

El surgimiento en Estados Unidos de la investigación empírica en contabilidad y su posterior esplendor, viene dado por la complementación y en algunos casos la sustitución, del objetivo **"medición del beneficio"** por el de **"suministro de información útil al usuario"**. Este cambio de paradigma, orientado al usuario, que apunta al logro de la mayor utilidad posible de la información en la toma de decisiones, constituye la causa fundamental del auge de la investigación empírica.

Otro motivo que favoreció este tipo de investigación fue el **desarrollo de los planteamientos interdisciplinarios**, que se produce tanto en las ciencias exactas como en las sociales y que repercute en la contabilidad como integrante de estas últimas.

La **evolución del fundamento epistemológico de la contabilidad como ciencia social** dio la apertura al apoyo de la matemática, la estadística, la econometría, la investigación operativa, etc., así como también al proveniente de la sociología, la psicología y la política.

En el marco de una disciplina con una dimensión social creciente, como es la contabilidad, pueden citarse como **factores multiplicadores** de la investigación empírica en Estados Unidos, los siguientes:



- Reforma de los planes de estudio dando mayor importancia a la interdisciplinariedad.
- Aparición de revistas científicas especializadas en investigación empírica.
- Celebración de conferencias y congresos específicos sobre este tipo de investigación.
- Existencia de bancos de datos.
- Disponibilidad de fondos para financiar la investigación en tesis doctorales, proveniente de fundaciones tales como la Fundación Ford.
- Recepción positiva en el ámbito académico de este cambio de orientación.
- Saturación de hipótesis "a priori".
- Auge de los planteamientos interdisciplinarios.
- Politización de la regulación.
- "Descubrimiento" y (correlativo estudio) de los efectos económicos de la norma."<sup>1</sup>

La investigación empírica, que nace y logra su apogeo en Estados Unidos, se extiende lentamente a otros países de habla inglesa, alcanzando un desarrollo mucho menos destacado.

Francia e Italia se incorporan a esta corriente en tiempos recientes.

En países de habla hispana, cuyo sistema contable se orienta a la medición y reparto del beneficio con fuerte influencia jurídico-mercantil y, en especial, fiscal, su desarrollo es incipiente, como ocurre en España, donde merecen destacarse las investigaciones realizadas por los catedráticos de la Universidad de Zaragoza. En nuestro país y en el resto de los países latinoamericanos la investigación empírica es prácticamente inexistente, esperando concretar su despegue.

Indudablemente, la falta de disponibilidad de una creciente información financiera, constituye un motivo fundamental de impedimento de la aplicación de la investigación empírica a la contabilidad. Otro motivo no menos importante lo constituye la falta de recursos económicos.

Si bien la primera mitad del siglo XX sentó una fundamentación sólida en la contabilidad académica, es recién en su segunda mitad cuando proliferan nuevos y originales tratamientos contables que aún hoy continúan su perfeccionamiento, expansión y afianzamiento.

Durante este último período se produce la consolidación de la Contabilidad como **conocimiento netamente científico**, acompañando los avances logrados en otras ciencias y recibiendo la influencia de sus nuevos desarrollos. Es así como la Contabilidad recibe los aportes provenientes tanto de las **ciencias formales** como de las **ciencias sociales o fácticas** y de la **tecnología**, lo que se traduce en nuevos enfoques en los que se observa la presencia de la matemática, la estadística, la econometría, la economía, el derecho, las finanzas, la teoría de la información, la informática, la investigación operativa, las ciencias del comportamiento, la psicología, la sociología, la política, la lógica, la filosofía, la epistemología, la historia, la ecología, la ética, las ciencias de la educación e incluso la arqueología.

## 2. Cuestiones a resolver por la investigación empírica en la contabilidad.

La investigación empírica en la Contabilidad se enfrenta a la necesidad de resolver las siguientes cuestiones:

- ¿De qué manera se utiliza la información financiera en la toma de decisiones?
- ¿Cuál es la información más útil para el usuario?
- ¿Qué tipo de modelo decisorio adoptan los distintos usuarios?
- ¿Cuál es la mejor manera de comunicar la información?
- ¿Cómo se comporta la empresa en la elaboración de la información financiera?
- ¿Qué efectos producen las cifras contables en los usuarios individuales y en los mercados de capitales? ¿Y en la empresa que las confecciona?

---

<sup>1</sup> Tua Pereda, Jorge. "La Investigación Empírica en Contabilidad. La Hipótesis de Eficiencia del Mercado". Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid, 1991, pág. 30.



- ¿Qué tipo de información financiera promueven o impiden la optimización de los recursos económicos?"<sup>2</sup>

Para poder responder a éstos y a otros requerimientos planteados por la investigación empírica, la contabilidad abre sus puertas a los distintos métodos estadísticos. La Estadística logra así insertarse en la Contabilidad.

La investigación empírica es encauzada en un primer momento hacia los mercados de valores y paulatinamente ampliada hacia otros objetivos, dado que la Contabilidad cuenta con múltiples usuarios de necesidades heterogéneas.

Estos usuarios requieren de información útil para la toma de decisiones, por lo que sus necesidades de información deben ser medidas objetivamente a través de métodos científicos como los proporcionados por la Estadística.

La calidad de las decisiones depende en gran parte, de la información disponible por la persona que toma las decisiones y de la confiabilidad que le merece esa información.

Cuanto mayor cantidad de información se tenga respecto de una situación decisoria y cuanto mayor sea la confiabilidad que inspire esa información, menor será la incertidumbre que exista respecto de ella y en consecuencia, menor será el riesgo de tomar una decisión desacertada.

Las investigaciones empíricas constituyen investigaciones de mercados, a través de las cuales se obtiene información "a posteriori", es decir, los resultados se tienen una vez finalizada la investigación.

El objetivo de una investigación de mercados es proporcionar una información útil para la toma de decisiones, con el menor margen posible de error.

### 3. Los métodos estadísticos en el proceso de investigación empírica en Contabilidad.

El proyecto formal de una investigación empírica o investigación de mercados, puede considerarse como una serie sistemática de pasos, etapas o secuencias que constituyen el proceso de investigación.

Como todo proceso de investigación científica, la realización eficaz de una investigación de mercados requiere, fundamentalmente:

- planificar todas las etapas teniendo en cuenta el tiempo que demandará cada una de ellas y su costo;
- no alterar su secuencia lógica;
- reconocer la interdependencia existente entre las distintas etapas;
- comprender la interdisciplinariedad de la investigación;
- considerar en todo momento el **factor ético**, sobre todo, en lo referente a la presentación de los resultados obtenidos de la investigación.

Las etapas o secuencias que se desarrollan en el proceso de una investigación empírica en Contabilidad son las siguientes:

- 1) Identificar la situación de decisión y establecer la necesidad de información.
- 2) Especificar los objetivos de la investigación y las necesidades de información específica.
- 3) Determinar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.
- 4) Diseñar la muestra.
- 5) Recolectar los datos.
- 6) Procesar los datos.
- 7) Analizar los resultados obtenidos, efectuando un tratamiento descriptivo (muestra no probabilística) y descriptivo e inferencial (muestra probabilística), que podrá ser, en ambos casos, univariado, bivariado o multivariado.
- 8) Presentar los resultados de la investigación y sacar conclusiones.

---

<sup>2</sup> Tua Pereda, Jorge. Op. cit. pág. 28



### 3.1. Situación de decisión y necesidad de información.

Una vez que se reconoce que existe una situación que requiere la toma de una decisión, el paso siguiente consiste en definir el problema de decisión, considerando sus dos componentes:

- una comprensión exhaustiva de los objetivos que rodean la situación de decisión y
- un enunciado de los problemas y las oportunidades presentes en dicha situación.

La persona que toma la decisión tiene dos enfoques para definir el problema de decisión, pudiendo utilizar un solo enfoque o una combinación de ellos. Dichos enfoques son los siguientes:

- el primero se basa en la experiencia, el criterio y la habilidad para el análisis e interpretación de datos existentes y relacionados con la situación que presente el decisor;
- el segundo enfoque consiste en utilizar la investigación exploratoria para ayudar a definir el problema de decisión. Si se elige este último, habrá un proceso de interacción entre las hipótesis previamente formuladas basadas en la información existente y las hipótesis desarrolladas a partir de los hallazgos de la investigación operatoria (Kinnear-Taylor, 2000 página 88).

Un problema de decisión aparece cada vez que la gerencia o el decisor tiene un objetivo por alcanzar y se enfrenta a una situación que comprende dos o más cursos de acción entre los que debe seleccionar uno para alcanzar el objetivo que persigue. En un problema de decisión existe siempre incertidumbre con relación a cuál es el mejor curso de acción a seguir.

Los problemas de decisión aparecen en situaciones relacionadas con problemas y oportunidades. La incertidumbre surge al tratar de establecer el mejor curso de acción para resolver un problema y aprovechar una oportunidad.

La persona que debe tomar la decisión tiene la responsabilidad de asegurarse de que se expliquen con claridad los objetivos de la decisión y que se identifiquen con precisión los problemas y las oportunidades.

El proceso de toma de decisiones tiene dos fuentes de objetivos, a saber:

- la fuente **principal**, que está constituida por los objetivos de la organización y
- la fuente que podríamos denominar **auxiliar** y que comprende los objetivos personales del individuo (o grupo de individuos) que toma la decisión y los que influyen en ese individuo o grupo.

Se vislumbra, así, un conflicto potencial entre los objetivos organizacionales y también entre los objetivos personales de los individuos involucrados en el proceso de decisión.

Si bien siempre deben prevalecer los objetivos organizacionales, una presentación explícita de los mismos puede forzar a quien toma las decisiones a eliminar los objetivos personales.

La etapa siguiente en el proceso de decisión consiste en identificar cursos de acción alternativos y a continuación corresponde efectuar la evaluación. El decisor se enfrenta a la pregunta: ¿Qué información se necesita para seleccionar de manera adecuada entre los diferentes cursos de acción? Esta pregunta se responde recurriendo a información proveniente de la experiencia y el juicio del decisor, más la que se disponga de alguna investigación empírica efectuada anteriormente. También el decisor puede determinar que se necesita nueva información y solicitar que se realice un estudio formal de investigación de mercados.

La decisión de requerir que se efectúe la investigación implica que la información que se necesita puede obtenerse y que el costo y la demora de tiempo asociados a su logro están más que compensados por su valor potencial.

Para establecer las necesidades de información de una investigación de mercados es necesario formular las siguientes preguntas:

- ¿Quién es la persona que toma las decisiones?
- ¿Cuáles son sus objetivos?
- ¿Se ha desarrollado una presentación clara y concisa de los problemas y/u oportunidades?



- ¿Cuáles son los cursos de acción que se van a evaluar?

Teniendo una comprensión clara de los cursos de acción relacionados con la situación de decisión, el investigador puede dedicarse a la tarea de establecer los objetivos de la investigación e identificar las necesidades de información científica para evaluar los cursos de acción.

### 3.2. Los objetivos de la investigación y las necesidades de información específica.

Los objetivos de la investigación responden a la pregunta: ¿Cuál es el propósito del proyecto de investigación?

Los objetivos de la investigación se presentan por escrito y se comunican a la persona que actúa como decisor, ya que los objetivos explican el motivo por el cual se lleva a cabo el proyecto y debe existir acuerdo, respecto de los mismos, entre el investigador y el decisor.

A continuación debe preguntarse: ¿Cuál es la información específica que necesita el decisor? De la respuesta que se obtenga surgirá una lista de necesidades específicas de información, que serán las variables en estudio.

Los objetivos de la investigación constituyen la guía del proyecto marcando una dirección a la información específica que se recopilará y a las preguntas específicas que se formularán en el cuestionario. Cada pregunta del cuestionario debe tener una relación directa con una necesidad de información y cada necesidad de información debe tener una relación directa con un objetivo de investigación, a fin de no requerir datos innecesarios. Lo expresado resulta de enorme importancia al efectuar el diseño del formulario de la encuesta.

### 3.3. Diseño de la investigación y fuente de datos.

Cumplidas las dos fases anteriores, la tercera etapa consiste en diseñar el proyecto formal de la investigación e identificar las fuentes apropiadas de datos para el estudio a realizar.

Un diseño de investigación es el plan básico, la estructura que especifica el tipo de información a recopilar, las fuentes de datos y los procedimientos estadísticos necesarios para la obtención, análisis e interpretación de la información, a fin de sacar conclusiones.

Las fuentes de datos disponibles pueden clasificarse como primarias o secundarias. Los **datos secundarios** son los ya publicados y que han sido recolectados para propósitos diferentes a las necesidades específicas de la investigación que se considera.

Los datos secundarios pueden ser internos o externos. Los datos secundarios internos se encuentran disponibles dentro de la organización: informes contables, balances, etc., mientras que los datos secundarios externos son proporcionados por fuentes externas a la organización y pueden ser informes, publicaciones periódicas, libros, etc.

Los **datos primarios** se recopilan respondiendo específicamente a las necesidades de la investigación que se realiza.

La principal ventaja de los datos secundarios es el ahorro en costo y tiempo, mientras que sus desventajas se relacionan con: la medida en que los datos se ajustan a las necesidades de información del proyecto y la exactitud y oportunidad de disponibilidad de los mismos.

### 3.4. El diseño de la muestra.

Todo tipo de investigación empírica requiere la selección de algún tipo de muestra aleatoria, ya que ofrece algunos beneficios importantes en comparación con la realización de un censo y que son los siguientes: tiene menor costo, requiere de menos tiempo, puede ser más exacta, ya que al trabajar con un subconjunto aleatorio y representativo de la población en estudio, puede disminuir los errores no muestrales. Al ser el tamaño de la muestra mucho más pequeño que el de la población, mayor será la probabilidad de obtener personas más calificadas para cada etapa del



proceso de investigación. A medida que aumenta el equipo, la calidad de las personas disminuye y el control y la supervisión de sus actividades se torna más difícil.

La muestra puede ser **determinística** (no probabilística) o bien **probabilística** (aleatoria). La ventaja de trabajar con una muestra probabilística es que permitirá inferir sus resultados y hacerlos válidos para la población.

Una visión general y concisa del proceso de selección de una muestra aleatoria está dada por lo siguiente:

- definir la población;
- identificar el marco muestral del que se seleccionará la muestra probabilística;
- decidir sobre qué método de selección de muestras probabilísticas se empleará y definir el tamaño de la muestra;

Los errores muestrales son los que corresponden a los específicos del diseño muestral.

### 3.5. Recolección de datos (operaciones de campo).

En la planeación de las operaciones de campo hay cuatro aspectos fundamentales que son los siguientes: programación del tiempo, presupuesto necesario, selección y capacitación del personal y medición de su desempeño.

Todo proyecto de investigación debe tener una programación del tiempo que especifique: cuándo debe comenzar y terminar el proyecto y la secuencia de actividades dentro de este marco de tiempo.

El presupuesto comprende la asignación de costo a las actividades previstas en el proyecto. Programación de tiempo y presupuesto están altamente interrelacionados.

La selección y capacitación del personal que efectuará la tarea de campo, es decir, la recolección de datos, es sumamente importante, ya que fundamentalmente de su desempeño dependerán los errores no muestrales o ajenos a la muestra, por lo que debe estar prevista la medición de su desempeño.

Las operaciones de campo difieren según el método de recolección de datos que se haya elegido: entrevista personal, telefónica, por correo, etc.

Las fuentes de error de una investigación empírica son tres: errores en la selección de la muestra, errores de no respuesta y errores provenientes de la entrevista.

### 3.6. Procesamiento de datos.

La secuencia tradicional de las funciones a realizar en el procesamiento de datos es la siguiente: analizar las respuestas obtenidas en el trabajo de campo, controlando si se han recabado todos los datos, codificar los datos, ingresar los datos a la computadora y verificarlos; convertir el archivo de datos a una forma legible por el software elegido para su análisis; generar nuevas variables en la medida que sea necesario y almacenar el conjunto de datos en la forma que se considere más conveniente: disquetes, cintas, etc.

### 3.7. Análisis de los resultados obtenidos.

Si la información resultante de la recolección de datos (información primaria) proviene de una **muestra no probabilística**, se podrá efectuar únicamente un **análisis descriptivo** de la información, siendo válidos los resultados y conclusiones que se obtengan **solamente para la muestra**. Este análisis descriptivo podrá ser univariado, bivariado o multivariado, según interese.

Si por el contrario, la información primaria obtenida proviene de una **muestra probabilística**, corresponderá efectuar un **análisis descriptivo e inferencial**, el cual podrá ser también univariado, bivariado o multivariado. La **muestra probabilística** permite aplicar la metodología



científica de la **inferencia estadística**, a través del uso de cualquiera de sus dos procedimientos fundamentales: **estimación puntual o por intervalos de confianza** de uno o más parámetros poblacionales o **prueba de hipótesis** de uno o más parámetros poblacionales, haciendo posible sacar **conclusiones válidas para la población**.

### 3.8 Presentación de resultados y obtención de conclusiones.

La presentación de los resultados de la investigación debe incluir:

- objetivos del proyecto de investigación;
- naturaleza del problema de decisión;
- cuerpo del informe: introducción, metodología, resultados y limitaciones;
- conclusiones: opiniones e interpretaciones basadas en la investigación;
- recomendaciones para emprender una acción.

Resulta muy útil que se incorporen al texto del informe cuadros y gráficos estadísticos. Los cuadros permiten presentar la información en forma más detallada y los gráficos hacen posible la rápida visualización y comprensión de la información.

Es muy importante tener en cuenta que los resultados de la investigación no son siempre los esperados por el decisor, lo que implica que aunque se saquen conclusiones de la investigación realizada y se efectúen recomendaciones, éstas pueden o no ser consideradas al tener que tomar la decisión, ya que la acción que emprenda el decisor es de su responsabilidad.

## 4. Conclusiones.

La investigación empírica en la Contabilidad, como en cualquier otra ciencia social, no podría efectuarse sin el aporte de los métodos estadísticos.

Por lo expuesto, resulta indudable el **estrecho vínculo existente entre la Contabilidad y la Estadística**, haciendo posible, a través de los métodos científicos que la caracterizan, la obtención de información útil y confiable para la toma de decisiones.

## Bibliografía

Tua Pereda, Jorge. "La Investigación Empírica en Contabilidad. La Hipótesis de Eficiencia del Mercado". Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid, 1991.

Tua Pereda, Jorge. "Lecturas de Teoría e Investigación Contable". Centro Interamericano Jurídico-financiero. Medellín. Colombia, 1995.

Kinner, Thomas C. y Taylor, James R. "Investigación de Mercados. Un Enfoque Aplicado". Quinta Edición. Editorial Mc Graw-Gill Interamericana, S.A. Colombia, 2000.

Rosario, noviembre de 2002.



Séptimas Jornadas "*Investigaciones en la Facultad*" de Ciencias Económicas y Estadística, noviembre de 2002.